

Е. В. Свиридова

О ПРИНЦИПЕ ВЕЖЛИВОСТИ В АРГУМЕНТАТИВНОМ ДИСКУРСЕ

Аннотация: В статье рассматриваются некоторые прагмалингвистические аспекты аргументативного дискурса, связанные с проявлением универсального принципа вежливости. Вежливость понимается как одна из базовых потребностей личности, реализуемая в ряде стратегий, выбор которых определяется степенью риска нанесения ущерба коммуникации. Приводятся примеры того, как данные стратегии позволяют изменить воздействие аргументации.

Ключевые слова: аргументативный дискурс, прагматика, теория вежливости, стратегии вежливости.

Abstract: The article deals with some pragmalinguistic aspects of argumentation discourse related to the manifestation of the universal principle of politeness. Politeness is viewed as one of the basic needs of a personality, actualised in a number of strategies which are selected according to a degree of a face loss risk. Examples are provided of how politeness strategies enable the communicants to modify the effect of argumentation.

Keywords: argumentation discourse, pragmatics, theory of politeness, strategies of politeness.

Как известно, теория аргументации — комплексная дисциплина, существующая на стыке целого ряда наук, предметом которых являются человеческая коммуникация и познание. К ним традиционно относятся философия, логика, риторика, лингвистика, психология, социология и другие. В данной статье нам хотелось бы обратить внимание на некоторые прагмалингвистические аспекты аргументативного дискурса, связанные, в частности, с проявлением универсального принципа вежливости.

Рассматривая аргументацию как особый вид речевого воздействия на взгляды и поведение людей, в первую очередь мы должны обратить внимание на роль самого языка в этом воздействии. Как часто нам приходится слышать фразу «Ну, какие еще слова я должен найти, чтобы убедить вас?!», когда спор заходит в тупик? Действительно, какие слова, выражения, синтаксические конструкции и интонацию следует выбрать, чтобы достичь максимального воздействия на оппонента? Всем этим занимается прагматика, наука о функционировании языковых единиц в речи, изучающая сложные и многообразные отношения между языком и его пользователями.

Говоря о природе языка, нельзя не согласиться с известным отечественным лингвистом М. В. Никитиным в том, что язык насквозь прагма-

тичен. «Филогенетически и онтогенетически язык начинается с прагматики, и в принципиальных чертах своего строения он прежде всего предстает как эгоцентрически ориентированный механизм, предназначенный обслуживать и продвигать прагматические интересы говорящего»¹. Прагматические и когнитивные структуры, обслуживающие первичные интересы человеческой жизнедеятельности, развиваются параллельно, позволяя человеку наиболее эффективно наладить свою жизнь и отношения с окружающим миром. Если в течение столетий, от античности до Нового времени, в языке видели лишь инструмент объективированной мысли, то сейчас уже не подлежит сомнению тот факт, что язык, созданный обществом, является в первую очередь инструментом говорящего, применяемым исходя из его личных целей и интересов.

Что касается целей аргументации, то главная из них состоит в убеждении аудитории принять какое-либо мнение, апеллируя к разуму человека, который способен с помощью рассуждений принять или опровергнуть данное мнение. Ситуация убеждения, как известно со времен Аристотеля, включает в себя три элемента: говорящего, слушающего и речь говорящего. Факторы убеждения принято делить на внутренние (речь оратора и ее содержание) и внешние (форма речи и обстоятельства ее произнесения)². Безусловно, приоритет отдается содержанию, однако вряд ли кто-то будет спорить, что форма не менее важна для убедительности речи, а иногда и сама способна оказывать на нее влияние. Таким образом, внешние факторы убеждения, связанные с оратором и аудиторией, заслуживают, на наш взгляд, пристального рассмотрения.

Следует отметить, что за всю историю человечества, живо интересовавшегося «искусством убеждения», было написано огромное количество трактатов, от Цицерона до Дейла Карнеги, касающихся качеств оратора и его способности устанавливать контакт с аудиторией. Известно, что внешние факторы убеждения чрезвычайно многообразны, и тем более сложно предложить какую-либо четкую их классификацию. По мнению А. А. Ивина, базовыми факторами являются те, которые касаются принципов эффективного общения людей и относятся к любым видам коммуникации в обществе. Начать же предлагается с соблюдения *принципа вежливости*, который опирается на тысячелетнюю практику успешной коммуникации³.

Важно упомянуть, что сама формулировка принципа вежливости и входящих в него максим, а также фундаментальные исследования в области теории вежливости относятся ко второй половине XX в. До этого же считалось, что человеческое общение слишком гибко и настолько ситуативно обусловлено,

¹ Никитин М. В. Курс лингвистической семантики. СПб., 1996. С. 714.

² Ивин А. А. Логика и теория аргументации. М., 2007. С. 191.

³ Там же. С. 194.

что вывести какие-либо правила представляется невозможным. Первым, кто постулировал наличие определенных правил, регулирующих любое общение, был Г. Р. Грайс (в 1967 г., в курсе лекций, прочитанных в Гарвардском университете). Именно ему принадлежит формулировка так называемого принципа кооперации, которому подчиняются как говорящий, так и слушающий в целях достижения успешной коммуникации. Данный принцип, согласно Грайсу, находит свое воплощение в четырех разговорных максимах: качества (коммуниканты не должны лгать), количества (информативный вклад коммуникантов не должен быть больше или меньше требуемого ситуацией общения), отношения (следует четко придерживаться цели общения, не отклоняясь от нее) и способа (излагать свои мысли нужно кратко, избегая неясности и двусмысленности). Несмотря на то, что автор признает существование максим и другой природы (моральных, эстетических, социальных), как, к примеру, вежливость, им не отводится главенствующей роли⁴. Подобное распределение приоритетов дало основание к противопоставлению так называемой «грайсеанской» речи, максимально эффективной в плане обмена информацией, и речи вежливой.

После Грайса разговорные максимы неоднократно подвергались критическому пересмотру и многочисленным дополнениям. Так, принцип вежливости получил свою классическую формулировку в работах Д. Лича⁵. Лич определяет вежливость как формы вербального и невербального поведения, позволяющие избегать конфликта и направленные на построение гармоничных межличностных отношений. Следует обратить особое внимание, что вежливость не приравнивается к этикету, который является более узким понятием, одной из составляющих вежливости. Вежливость, по Личу, проявляется в ряде максим:

- такта (следует соблюдать интересы собеседника);
- великодушия (не следует затруднять собеседника);
- одобрения (следует хвалить собеседника);
- скромности (не следует хвалить себя);
- согласия (следует избегать возражений);
- симпатии (следует быть благожелательным по отношению к собеседнику).

Среди прочего отмечается, что не все максимы одинаково значимы (например, максима такта перевешивает максиму великодушия, а одобрение важнее скромности), а также то, что в коммуникации могут одновременно реализовываться несколько максим.

Все вышеупомянутые и многие другие исследования в данной области проторили дорогу теории вежливости, разработанной антропологом П. Браун

⁴ Грайс Г. П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 26. Лингвистическая прагматика. М., 1985. С. 223

⁵ Leech G. N. Principles of Pragmatics. London; New York, 1983.

и лингвистом С. Левинсоном⁶. Центральным тезисом этой теории является утверждение, что вежливость — одна из базовых потребностей личности, реализуемая в ряде стратегий, выбор которых определяется степенью риска потери лица. Отмечается, что риск увеличивается с возрастанием социального статуса слушающего и соответственно его власти над говорящим. Проявлять вежливость, согласно авторам, значит действовать так, чтобы принимать во внимание чувства других.

Понятие «лица» (face) было заимствовано авторами из социопсихологической теории Э. Гоффмана, где этот термин употребляется по отношению к тому, как люди позиционируют себя в ситуациях общения, из которых формируется окружающая нас реальность. В любом обществе при появлении возможности разговорного взаимодействия в дело вступает система правил и условностей, которая функционирует как средство организации потока сообщений, позволяющая разобраться, когда, где, с кем и при каких обстоятельствах возможно инициировать общение, а также какую тему для этого общения следует избрать. Исходя из этого, Гоффман дает определение лица как маски, которую меняют в зависимости от аудитории и условий процесса общения⁷. Термин *facework*, фигурирующий в названии работы, следует понимать как «усилия, направленные на поддержку лица». Лицо поддерживается аудиторией, а не говорящим, и все мы стремимся сохранить лицо, созданное в ситуациях общения. Гоффман предложил разделение лица на позитивное (positive face), т. е. желание понравиться, и негативное (negative face), т. е. желание сохранить независимость, а также ввел понятие «ликоущемляющего акта»⁸ (face-threatening act, FTA), под которым понимается угроза потери лица.

Согласно теории вежливости, чувства, которые следует принимать во внимание, связаны с позитивным лицом — потребностью человека получать поддержку и одобрение окружающих, и негативным лицом — потребностью в независимости, автономности, свободе от других. Соответственно принято разделять позитивную вежливость (старание удовлетворять нужды позитивного лица) и негативную вежливость. Заслуга Браун и Левинсон состоит в том, что они разработали не только концептуальный аппарат теории, но также тактики и стратегии для смягчения негативного эффекта ликоеушемляющих актов.

⁶ Brown P., Levinson S. Universals in Language Usage: Politeness Phenomena // Questions and Politeness: Strategies in Social Interactions / Ed. by E. N. Goody. Cambridge, 1978.

⁷ Goffman E. On Facework: an Analysis of Ritual Elements in Social Interaction // The Discourse Reader / Ed. by A. Jaworski, N. Coupland. London, 1995. P. 306–321.

⁸ Термин «ликоушемляющий акт» является общепринятым вариантом перевода в отечественной лингвопрагматике. См., напр.: Пузанова О. В. Прагматика и семантика умолчания: Автореф. канд. дис. СПб., 1998.

Позитивная вежливость, определяемая как попытка компенсировать ущерб позитивному лицу, реализуется в 15 стратегиях, среди которых выделяются проявление интереса к здоровью, состоянию дел другого человека; подчеркивание принадлежности к одному кругу с помощью принятых в нем форм обращения, общего диалекта или сленга; стремление к согласию; избежание разногласий; обмен подарками, как материальными, так и психологическими, и т. д.

В негативной вежливости существует 10 стратегий, предназначенных для компенсации ликоущемляющих актов, связанных с ограничением свободы действий и любыми посягательствами на права и территорию другого. Общий принцип негативной вежливости — преуменьшение масштаба ущерба, создание приятной атмосферы, подчеркивание факта, что собеседника не принуждают к выполнению просьбы. В соответствии с этим принципом говорящий должен проявлять всяческое уважение к слушающему, не выглядеть уверенным в том, что с его просьбой согласятся, не принимать ничего как само собой разумеющееся, выражать пессимизм, открыто проявлять признательность и приносить извинения.

Согласно Браун и Левинсон, суммировать вежливость можно в четырех основных стратегиях:

1. Bald on-record (прямая стратегия) не делает ничего для понижения риска потери лица и чаще всего применяется в общении между близко знакомыми людьми, в противном случае, она, скорее всего, приведет аудиторию в состояние шока, смущения или недоумения. Пример: *Закройте окно!*

2. Positive politeness (стратегия позитивной вежливости) позволяет продемонстрировать, что вы признаете желание слушающего сохранить лицо и применяется в основном среди друзей и близких с целью подчеркнуть групповую идентичность. Пример: *Ничего, если я закрою окно?*

3. Negative politeness (стратегия негативной вежливости) показывает, что вы уважаете потребность слушающего в сохранении лица, но в то же время признаете, что в какой-то мере наносите ему моральный ущерб. Пример: *Вы уж простите, но нельзя ли закрыть окно?*

4. Off-record (косвенная стратегия). С помощью этой стратегии намеков, допускающей более одного толкования, вы можете снять с себя ответственность за ликоущемляющий акт. Подобная цель обычно достигается за счет употребления иронии, недосказанности, имперсонализации, которые выступают в роли так называемого «спускового крючка», побуждающего адресата к интерпретационной деятельности. Пример: *Ой, как здесь стало прохладно...*

Для иллюстрации функционирования принципов теории вежливости в аргументативном дискурсе воспользуемся следующей гипотетической ситуацией. Представьте, что вы научный руководитель нерадивого аспиранта. Ваша задача — убедить его/ее, что написание диссертации, сдача статьи в срок и пр.

совершенно необходимые условия его/ее существования (в первую очередь как аспиранта). Какую из четырех стратегий вы выберете?

1. Вы должны срочно закончить диссертацию! Это ваш долг перед кафедрой, которая вас столько лет учила, и передо мной лично! Марш в библиотеку!

2. Было бы здорово, если бы вы быстренько все дописали и скоренько предзащитились, ведь вы же можете!

3. Не хотелось бы лишний раз напоминать, но срок сдачи статей в наш сборник истекает завтра...

4. А мне почему-то всегда казалось, что люди, овладевшие двумя иностранными языками (одолевшие полное собрание сочинений Пруста, отличающие Гоголя от Гегеля, а Бабеля от Бебеля etc.) вполне могут написать сто пятьдесят страниц наукообразного текста на общегуманитарную тематику!..

Предлагаемые интерпретации

Если Вы выбрали *первый* вариант, вы мужественный и принципиальный человек, истинный грайсеанец и стойкий приверженец прямой стратегии. Именно такие люди, последовательно и непримиримо совершающие ликующие акты, являются опорой высшей школы! Так держать!

Выбрав *второй* вариант, вы подтвердили свою склонность к стратегии позитивной вежливости, мягкость характера, а также желание добиться популярности в студенческой среде. Будьте бдительны, иначе ваша гибкость станет угрозой вашей авторитетности и сведет на нет успешность аргументации!

Выбор *третьего* варианта говорит о глубоко присущем понимании проблем ваших подопечных, с одной стороны, и верность букве закона — с другой. Выбирая стратегию негативной вежливости, помните, что нельзя усидеть на двух стульях...

Итак, вы выбрали *четвертый* вариант и подтвердили преданность косвенной стратегии. Будучи признанным мастером экивоков и словесной игры, вы можете добиться от своих дипломников и аспирантов самой высокой степени дисциплины и качества, если... они поймут ваши тонкие намеки.

Из вышеизложенного следует, что каждая из четырех стратегий имеет свои достоинства и недостатки, и выбор одной из них в конкретной ситуации зависит от личности аргументатора, его социального статуса и авторитетности. В то же время для достижения успеха необходимо также учитывать широту мысленного поля адресата, его готовность к коммуникации и открытость для аргументов.

Весьма яркий пример использования разнообразных стратегий вежливости в аргументации можно наблюдать в рассказе А. П. Чехова «Дома»⁹. Фабула рассказа незатейлива: Евгений Петрович Быковский, прокурор окружного суда и вдовец, возвратившись вечером со службы домой, узнает

⁹ Чехов А. П. Дома // Чехов А. П. Собр. соч. Т. 5. М., 1955. С. 102–111.

от взволнованной гувернантки, что, оказывается, его семилетний сын Сережа курит, и более того — берет табак у него в столе! Перед любящим отцом встанет старая, как мир, проблема: заставить сына бросить курить, причем сделать это чисто аргументативными средствами. Надо отметить, что предварительные попытки гувернантки усовестить мальчика не увенчались успехом, ибо он *«по обыкновению заткнул уши и громко запел»*. Неудачу воспитательницы можно объяснить ее низким авторитетом в глазах ребенка, а также, вероятно, невысоким аргументативным мастерством. Но Евгений Петрович — отец, притом любимый, и, что немаловажно, прокурор! Помогут ли ему высокий статус и профессиональное мастерство в решении этой нелегкой задачи? Как выясняется, ответ далеко не однозначен.

Сначала Быковский выбирает прямую стратегию: не совершая никаких усилий для поддержания лица собеседника, сообщает Сереже, что у них состоится серьезный разговор, обращается к нему на «вы» и по имени-отчеству. С помощью логико-рациональных аргументов, как и привык делать в зале суда, он пытается объяснить мальчику важность уважения чужой собственности и вред курения.

«Во-первых, ты не имеешь права брать табак, который тебе не принадлежит. Каждый человек имеет право пользоваться только своим собственным добром, ежели ли же он берет чужое, то... он нехороший человек! [...] Во-вторых, ты куришь... Это очень нехорошо! Если я курю, то из этого еще не следует, что курить можно. Я курю и знаю, что это не умно, браню и не люблю себя за это... [...] Табак сильно вредит здоровью, и тот, кто курит, умирает раньше, чем следует. Особенно же вредно курить таким маленьким, как ты. У тебя грудь слабая, ты еще не окреп, а у слабых людей табачный дым производит чахотку и другие болезни. Вот дядя Игнатий умер от чахотки. Если бы он не курил, то, быть может, жил бы до сегодня»¹⁰.

Надо отдать должное Евгению Петровичу, с точки зрения содержания его аргументация практически безупречна. Тем не менее, несмотря на все эти аргументы (норма, авторитет, прецедент и здравый смысл), воздействие не достигает своей цели, поскольку совершенно не учтены характеристики адресата. Справедливости ради следует отметить, что в XIX в. в юридической аргументации царил логический подход с его акцентом на формальных аспектах, и до появления риторической концепции, в которой основное внимание уделяется содержанию доводов и зависимым от контекста аспектам приемлемости аргументов, оставалось не меньше ста лет¹¹.

¹⁰ Там же. С. 105–106.

¹¹ Феттерис Э. Т. Аргументация в области права // Важнейшие концепции теории аргументации. СПб., 2006. С. 239–268.

Собственно, и сам прокурор интуитивно приходит к подобным выводам.

«У него свое течение мыслей! [...] У него в голове свой мирок, и он по-своему знает, что важно и не важно. Чтобы овладеть его вниманием и сознанием, недостаточно подтасовываться под его язык, но нужно также уметь и мыслить на его манер. [...] Логикой же и моралью ничего не поделаешь. Ну что я еще скажу? Что?»¹².

В результате, признавшись себе в собственной родительской несостоятельности и с трудом отказавшись от опоры на профессиональный опыт, Евгений Петрович Быковский принимает, возможно, единственно правильное решение и, осознанно выбирая косвенную стратегию намеков и аллюзий, рассказывает сыну... сказку. Это немудреная история о престарелом царе, у которого был единственный и горячо любимый сын, такой же маленький мальчик, как и Сережа. Царевич был умным и добрым, никогда не капризничал и слушался старших. У него был один недостаток — никотиновая зависимость. От курения царевич заболел чахоткой и вскоре умер, оставив безутешным старика-отца. Государство, конечно, пришло в упадок и было захвачено врагами. а царь — убит.

«Такой конец самому Евгению Петровичу казался смешным и наивным, но на Сережу вся сказка произвела сильное впечатление. Опять его глаза подернулись печалью и чем-то похожим на испуг; минуту он глядел задумчиво на темное окно, вздрогнул и сказал упавшим голосом:

— Не буду я больше курить...»¹³.

Как видно из рассказа, выбор данной стратегии, обоснованный заботой о сохранении позитивного лица адресата (Быковский нежно любит сына и хочет показать это, даже мысль о каких-либо дисциплинарных взысканиях для него непереносима), дает впечатляющие результаты. Сказка, рассказанная ребенку на ночь, ненавязчиво и как бы ненароком побуждает его задуматься о возможных последствиях своего поведения и приводит к решению отказаться от курения, что и является примером успешной аргументации.

В заключение необходимо упомянуть, что теория вежливости Браун-Левинсон внесла большой вклад в разработку принципов эффективного общения, хотя в последние два десятилетия она подвергалась вполне оправданной критике за претензию на универсализм, игнорирование таких важных социальных категорий, как класс и гендер, а также за этноцентризм¹⁴. Конечно, недальновидно было бы отрицать, что существуют значительные различия в том, как принципы вежливости реализуются мужчинами и женщинами, представителями разных

¹² Чехов А. П. Дома. С. 107.

¹³ Там же. С. 111.

¹⁴ Mills S. Gender and Politeness. Cambridge, 2003; Watts R. Politeness. Cambridge, 2003.

социальных групп или национальностей. Так, например, во многих восточных обществах косвенная стратегия («Какая красивая ваза!..») по умолчанию возлагает на слушающего, согласно традиции, обязанность подарить вам немедленно то, чем вы, возможно, маппинально восхитились. Понятие вежливости у греков связано прежде всего с теплотой и душевной близостью, для американцев важно уважать личные чувства и потребности, а русские вообще считают, что быть вежливым — значит воздерживаться от обценной лексики¹⁵. Все же, несмотря на критику, теория, на наш взгляд, доказывает свою неоспоримую жизнеспособность, поскольку упомянутые замечания не противоречат ее основным постулатам и могут быть инкорпорированы в качестве актуальных дополнений.

Что касается применимости теории вежливости к анализу аргументативного дискурса, то подобный подход представляется весьма плодотворным. Так как для эффективной аргументации одной только истинности высказываний недостаточно, необходимо, чтобы аргументы были сформулированы так, чтобы достигать максимально действенности. Исследование стратегий вежливости и их языкового выражения позволило бы разработать новые способы оптимального воздействия аргументатора на адресата и могло бы иметь широкое практическое применение.

¹⁵ *Sifianou M.* Politeness and Off-record Indirectness // *International Journal of the Sociology of Language* (Bronx; New York). 1997. P. 163–179.